

Titulación expedida por Escuela Iberoamericana de Postgrado

Maestría en Televisión Digital y Contenidos Audiovisuales

ALIANZA ESIBE Y UNIVERSIDAD DEL NORTE



ESIBE, Escuela Iberoamericana de Postgrado colabora estrechamente con la Universidad del Norte con el objetivo de **democratizar el acceso a la educación y apostar por la implementación de la tecnología en el sector educativo.** Para cumplir con esta misión, ambas entidades aúnan sus conocimientos y metodologías de enseñanza, logrando así una formación internacional y diferenciadora.

Esta suma de saberes hace que el proceso educativo se enriquezca y ofrezca al alumnado una oferta **variada, plural y de alta calidad.** La formación aborda materias desde un enfoque técnico y práctico, buscando contribuir al desarrollo de las capacidades y actitudes necesarias para el desempeño profesional.

ACREDITACIONES

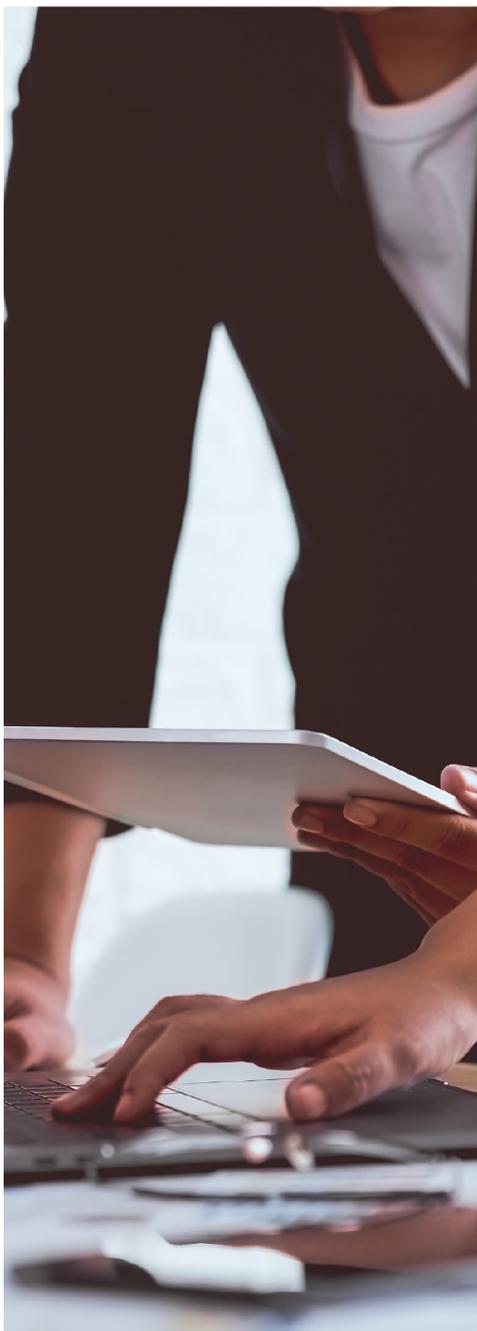


CERTIFIED ASSOCIATE



Your technology partner





Escuela Iberoamericana de Formación en línea.

ESIBE nace con la misión de crear un punto de encuentro entre Europa y América. Desde hace más de 18 años trabaja para cumplir con este reto, teniendo como finalidad potenciar el futuro empresarial de los profesionales de ambos continentes a través de programas de master, masters oficiales, master universitarios y maestrías.

ESIBE cuenta con Euroinnova e INESEM como entidades educativas de formación online colaboradoras, trabajando unidas para brindar nuevas oportunidades a sus estudiantes. Gracias al trabajo conjunto de estas instituciones, se ha conseguido llevar un modelo pedagógico único a miles de estudiantes y se han trazado alianzas estratégicas con diferentes universidades de prestigio.

ESIBE se sirve de la Metodología Active, una forma de adquirir conocimientos diferente que prima el aprendizaje personalizado atendiendo al contexto del estudiante, a sus objetivos y a su ritmo de aprendizaje. Para conseguir ofrecer esta forma particular de aprender, la entidad educativa se sirve de la Inteligencia Artificial y de los últimos avances tecnológicos.

ESIBE apuesta por ofrecer a su alumnado una formación de calidad sin barreras físicas, aprendiendo 100 % online, de forma flexible y adaptada a las necesidades e inquietudes del alumnado.

¡Aprende disfrutando de una experiencia que se adapta a ti!

VALORES

Los valores sobre los que se asienta Euroinnova son:

1

Accesibilidad

Somos cercanos y comprensivos, trabajamos para que todas las personas tengan oportunidad de seguir formándose.

2

Honestidad

Somos claros y transparentes, nuestras acciones tienen como último objetivo que el alumnado consiga sus objetivos, sin sorpresas.

3

Practicidad

Formación práctica que suponga un aprendizaje significativo. Nos esforzamos en ofrecer una metodología práctica.

4

Empatía

Somos inspiracionales y trabajamos para entender al alumno y brindarle así un servicio pensado por y para él.

A día de hoy, han pasado por nuestras aulas más de **300.000 alumnos** provenientes de los cinco continentes. Euroinnova es actualmente una de las empresas con mayor índice de crecimiento y proyección en el panorama internacional.

Nuestro portfolio se compone de cursos online, cursos homologados, baremables en oposiciones y formación superior de postgrado y máster.





Maestría en Televisión Digital y Contenidos Audiovisuales



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD
Online



ACOMPANIAMIENTO PERSONALIZADO

TITULACIÓN

Titulación de Maestría en Televisión Digital y Contenidos Audiovisuales con 1500 horas expedida por ESIBE (ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO).



DESCRIPCIÓN

Por medio de la Maestría en Televisión Digital y Contenidos Audiovisuales podrás formarte en una profesión en continua evolución teniendo en cuenta las nuevas aplicaciones, formatos y tecnologías, sin dejar de lado la perspectiva financiera, legal, publicitaria y creativa. Al lo largo del itinerario formativo podrás conocer de lleno la producción en televisión, los recursos necesarios para los proyectos televisivos y la puesta en marcha de planes de trabajo. Además, estudiaremos una parte esencial como son los presupuestos y por último nos centraremos en la publicidad y el marketing como eje principal para la ejecución de proyectos de éxito. El desarrollo de este máster es 100% online bajo el acompañamiento de un equipo docente experto en la materia.

OBJETIVOS

- Analizar y aprender los sistemas de medición de audiencias.
- Conocer los procesos de producción en programas de televisión.
- Elaborar presupuestos televisivos.
- Aprender de las distintas tipologías de programas de televisión.
- Saber de primera mano todo lo que rodea al marketing y la publicidad.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Esta Maestría en Televisión Digital y Contenidos Audiovisuales está dirigida a profesionales de la televisión o del mundo audiovisual en general, que deseen ampliar sus conocimientos para participar o dirigir proyectos de diversa índole. Además, esta maestría la puede tomar cualquier persona que con o sin conocimiento previos quiera adentrarse en este apasionante sector.

PARA QUÉ TE PREPARA

Esta Maestría en Televisión Digital y Contenidos Audiovisuales te prepara para para poder desarrollar con garantía de éxito cualquier proyecto audiovisual. Conoce todos los entresijos

relativos a la producción visual / televisiva en general. Aprende de primera mano desde los procesos de producción, pasando por la elaboración de un plan de trabajo y la importancia del marketing y las estrategias publicitarias en proyectos televisivos.

Programa Formativo

MÓDULO 1. PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. AUDIENCIAS Y PROGRAMACIÓN

1. Introducción.
2. Tipologías de programas de televisión.
3. Análisis y sistemas de medición de audiencia.
4. Elaboración de la parrilla y estrategias de programación.
5. Glosario de términos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EMISORAS Y ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

1. Clasificación de emisoras.
2. Historia de las emisoras de televisión: titularidad, financiación y explotación.
3. Formas de control de la emisora de televisión.
4. Organigrama tipo de una emisora de televisión.
5. Los estudios de televisión.
6. Glosario de términos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Fases y desarrollo del proceso según el tipo de emisora.
2. Características de la producción en función del tipo de programa y modo de emisión.
3. Glosario de términos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DE FINANCIACIÓN DE EMISORAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Financiación pública y privada.
2. Formas y sistemas de financiación de programas.
3. Glosario de términos.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRESUPUESTO DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Los recursos propios y ajenos.
2. El presupuesto técnico y económico.
3. Glosario de términos.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Elaboración y presentación de un proyecto.
2. Identificación de recursos.
3. El plan de trabajo y técnicas de planificación.

4. Glosario de términos.

MÓDULO 2. DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN DE PROYECTOS TELEVISIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMISORAS Y EMPRESAS TELEVISIVAS

1. Tipos de titularidad y formas de control
2. Clasificación de las emisoras en función de
3. Organigrama tipo de una emisora de televisión
4. Tipos de empresas auxiliares
5. Servicios de valor añadido

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN EN TELEVISIÓN

1. Tipología de programas de televisión.
2. Análisis de la programación en televisión
3. Tipos de audiencias. Características
4. Análisis de audiencias y su relación con la programación
5. Medición de audiencias: índices, sistemas y empresas de medición.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Fases y desarrollo del proceso según el tipo de emisora.
2. Modos de producción
3. Producción de televisión según el género del programa
4. Tecnologías aplicadas
5. Equipos de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL

1. Elementos que configuran los mensajes
2. Función y valor expresivo del plano

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL

1. Análisis de la escritura audiovisual:
2. Elementos estructurales de géneros y estilos narrativos
3. Técnicas y recursos utilizados en el montaje audiovisual

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IDENTIFICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE REALIZACIÓN

1. Ventajas e inconvenientes de los modos de trabajo
2. Elementos a considerar en la aplicación del registro de cámara

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA

PRODUCCIÓN

1. Fuentes de documentación: sonora, visual y escrita
2. Técnicas para clasificar la información
3. Caracterización de los recursos humanos que intervienen en la producción
4. Tipos de efectos especiales
5. Clasificación y características de espacios escénicos y materiales escenográficos
6. Prestaciones de los medios técnicos
7. Desglose de recursos

MÓDULO 3. ELABORACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO PARA LA PRODUCCIÓN DE PROYECTOS TELEVISIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Modelos de planificación según el género del programa
2. Técnicas y criterios de planificación
3. Seguimiento diario de la producción

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTRUMENTOS PARA PLANIFICAR LA PRODUCCIÓN

1. Documentos organizativos
2. Herramientas informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REALIZACIÓN DE UN PLAN DE TRABAJO

1. Elaboración del esquema de trabajo
2. Determinación del grado de intervención de los distintos tipos de recursos
3. Búsqueda de soluciones y alternativas a las posibles contingencias
4. Elaboración de citaciones y órdenes de trabajo
5. Elaboración de memorias explicativas

MÓDULO 4. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS PARA PROYECTOS TELEVISIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTO DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

1. Tipos y características de presupuestos
2. Capítulos presupuestarios estandarizados
3. Partidas presupuestarias
4. Tipos de gastos
5. Recursos propios y ajenos
6. Modelos de presupuestos oficiales más utilizados
7. Resúmenes y memorias explicativas
8. Control presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DE PARTIDAS PRESUPUESTARIAS

1. Identificación de necesidades de material técnico y de registro
2. Obtención de precios actualizados de recursos, servicios y prestaciones
3. Realización de cálculos y cumplimentación de documentos
4. Utilización de herramientas informáticas para elaborar partidas presupuestarias

MÓDULO 5. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El Departamento de Publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La Agencia de Publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD Y MARKETING

1. Publicidad y marketing
2. Animación y marketing
3. Marketing directo
4. Telemarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1. Estrategias Publicitarias
2. La estrategia creativa
3. Estrategia de medios

MÓDULO 6. MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING: EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. División de mercado
3. Tipos de mercado
4. Ciclo de vida del producto
5. El precio del producto
6. Ley de oferta y demanda
7. El precio y la elasticidad de demanda
8. Comercialización y mercado
9. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing
2. Alcance del marketing
3. Marketing y la dirección estratégica: las funciones de marketing estratégico y marketing operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de Marketing
4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING SOCIAL

1. Características del Marketing Social
2. La Responsabilidad Social y la ética en el marketing
3. Tipos de marketing social
4. Marketing social y responsabilidad social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. La Responsabilidad Social Corporativa y la ética
2. Ética y comportamiento humano
3. Tendencias actuales de la ética empresarial
4. El marco ético de la RSC
5. Elementos de la RSC
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de la PYME
7. La RSC en España
8. Concepto y tipología de los "stakeholders"
9. Herramientas de gestión de la RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager

3. Funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales